

молодняка, який буде нараховувати 6 працівників; йому буде надано статус ЦП-16. Групі обслуговуючих підрозділів буде надано статус СПП-3, який не матиме внутрішньої організації.

Освоєння згаданої вище концепції стратегічних господарських підрозділів дозволить ПСП «Тавільжанському»:

1. оперативно реагувати на виклики зовнішнього середовища;
2. переорієнтуватись з обсягів продукції на її якість;
3. створити умови для реалізації людського капіталу та впровадження «концепції інтрапренерства» - внутрішньогосподарського підприємництва;
4. переорієнтуватись на підвищення ролі організаційної культури та нововведень;
5. реалізувати вимоги концепції соціальної відповідальності перед суспільством в цілому і перед окремими членами колективу.

Науковий керівник – к.е.н., професор Турченко М.М.

РОЗВИТОК ЗЕЛЕНОГО СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

**Суворов І.О., студент,
Харківський національний технічний університет сільського
господарства імені Петра Василенка**

В Україні сільський зелений туризм, екотуризм та аграрний туризм є одним із пріоритетних напрямів забезпечення комплексного розвитку сільських територій, диверсифікації аграрного виробництва. Але на сьогодні, на жаль, такий напрям економіки сільськогосподарських підприємств, аграрної сфери, сільської місцевості розвинутий недостатньо.

На сьогодні туризм, зокрема сільський зелений – найбільш стрімко зростаюча галузь у світі. Закон України «Про туризм» та «Про особисте селянське господарство» надали право власнику селянської садиби здійснювати послуги в сфері сільського зеленого туризму. Для екологічного маркування сільських осель введено програму «Зелена садиба»[1].

Сільський туризм, перш за все, слід розглядати як можливість додаткового заробітку для сільського населення, як компонент комплексного розвитку сільських територій та сільської інфраструктури, а також як один з чинників стратегії подолання бідності в сільській місцевості. Другий аспект полягає в популяризації

української культури, поширення знань та інформації про історичні, природні, етнографічні особливості України, що є підставою для визначення сільського зеленого туризму суспільною цінною та корисною сферою відносин.

Поняття сільський туризм охоплює широкий спектр видів відпочинку у сільській місцевості (власне сільський туризм), а також орієнтований на перебування в агрооселях відпочинок (агротуризм). Поняття екоагротуризм поєднує в собі риси всіх вищезазначених видів туризму. За кордоном найбільш успішні аграрні підприємства та агрооселі паралельно займаються агротуризмом та сільськогосподарською діяльністю.

Щодо маркетингу в цій сфері, то можна сказати, що достатньо тривалий час вважалося, що ефективний маркетинг у галузі агротуризму є неможливим, адже він складається з тисячі сільських продуктів (послуг та товарів), що пропонуються приватним та громадським сектором, величезній кількості потенціальних споживачів. Але така фрагментація агротуристичного продукту, яка сильно ускладнює маркетингову діяльність, навпаки стимулює потребу у ній, щоб визначити та впорядкувати розрізнені компоненти як агротуристичного попиту, так і пропозиції.

Крім того, активна діяльність в індустрії сільського туризму як приватного сектору, так і громадських організацій обумовлює певні складнощі у провадженні маркетингових стратегій.

Поступово комерційні туристичні організації починають розуміти концепцію зеленого маркетингу і використовувати його у своїй діяльності. Сільська місцевість звичайно розглядається як зелені легені для міст і містечок; часто вона сприймається як вільний ресурс для будь-кого, хто хоче й може цей ресурс використати. Тому у багатьох державах агенції беруть участь у заохочуванні людей до відвідання сільських територій, аргументуючи це великою користю для здоров'я.

Крім того, зараз існує думка, що імідж сільської місцевості як ресурсу, «вільного у доступі», повинен змінитися, і доступ до рекреації на сільських територіях має бути обмеженим. Таким чином, зараз існує конфлікт між маркетингом сільського туризму з такою суспільною цінністю як охорона природи.

Основними ризиками, що перешкоджають розвитку туристичних послуг аграрних підприємств Харківського регіону, є: у Європі та світі немає образу Харківщини як цікавого для агротуризму краю, висока залежність туристичної сфери від погодних умов, більшість агроосель працюють у тіні, недооцінка місцевою владою та

населенням значення пам'яток історії та культури як туристичного ресурсу, недостатня кількість відпрацьованих туристичних маршрутів з презентабельними та культурними об'єктами, відсутність організаційних, психологічних і т. ін. навичок туристичного бізнесу у сільського населення; неузгодженість цін на агротуристичні послуги однакової якості, брак у брэндах туристичних установ, якісних орієнтирів, категоризації як бази порівняння та ін., відсутність початкового капіталу та пільгового механізму кредитування для потенційних підприємців у сфері аграрного туризму; високі податки і відсутність податкових пільг.

Щодо кроків в цьому напрямку по Харківській області, то наприкінці вересня 2010 року була проведена виставка, яка називалася «Харківське туристичне бісенале». Метою цього заходу стала популяризація туристичного та історико-культурного потенціалу Харківщини, просування продукту суб'єктів туристичної діяльності регіону, обміну досвідом в галузі туризму на передодні проведення «Євро-2012», а також аналіз ситуації в районах та систематизація інформації про їх туристичний потенціал.

На практиці прикладами ведення зеленого сільського туризму в Чугуївському районі Харківської області є етнографічна база відпочинку і музей під одним дахом «Осинове плесо» у місті Чугуєві. А в селі Зарожному вже кілька років поспіль активно пропагує агротуризм Тарас Смалений. Його агрооселя так і називається «Пан Тарас», вона діє круглий рік. На садбі у Тараса Васильовича, яку нерідко відвідують студенти та харків'яни, живуть екзотичний страус та декілька коней [1].

Часто люди, пов'язані з життям села, не розуміють, що мають можливість гармонійно поєднати комфорт і затишок з народними традиціями. Багатьом все ще здається, що якщо це село, то воно і повинне залишатися з пилом, болотом і бездоріжжям. Тому, проаналізувавши недоліки, яких в цій сфері, ще досить багато та заручившись необхідною підтримкою, та методологією ведення агротуризму, можна зробити діяльність у сільській місцевості привабливою для випускників нашого університету та інших аграрних навчальних закладів і взагалі це на, мою думку, призупинить відтік молоді з села.

Література.

1. Суспільно-інформаційна газета Чугуївщини «Красная Звезда» №49 (10668), субота, 4 грудня 2010 р. «Туристичний бізнес на селі – це реально» с.2.

Науковий керівник – Бабловський О.Ю.